

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

и.о. зав. кафедрой ЭиМ

_____ Т.Б.Коняхина

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика_____

код – наименование направления

Расширение рынка сбыта на примере предприятия ООО «Хлебный Дом»

тема

Руководитель _____ И.В.Панасенко

подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ Е.Ю.Серебрякова

подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2018

Введение

Связующим звеном между возникшими потребностями человека и возможностью их удовлетворить является предприятие. Поэтому производимая продукция или услуга должна совмещать в себе все пожелания и предпочтения потребителей с собственными производственными возможностями. Но какие бы разнообразные потребительские свойства не имел готовый продукт, реальный коммерческий успех предприятия напрямую зависит от рационально организованного сбыта продукции.

Именно процесс сбыта продукции отражает, насколько удачными и точными были все использованные стратегии и концепции по продвижению товара на рынок. Заинтересованный в эффективности сбыта своей продукции, производитель должен иметь реальное представление о положении дел на рынке и на этой основе принимать обоснованные решения по реализации товара.

Эффективная сбытовая деятельность предприятия должна быть направлена на постоянное обновление, расширение ассортимента продукции и повышение разнообразия предлагаемых услуг покупателям. Поэтому предприятие должно перестраивать свою деятельность эффективнее и быстрее чем конкуренты, учитывая интересы потребителей и самой организации.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что основополагающим звеном в эффективной работе предприятия является рационально организованный сбыт продукции. Результат работы любого предприятия напрямую зависит от грамотно созданной системы сбыта. Расширение такой системы несет для фирмы определенные возможности, связанные с завоеванием существующих сегментов на данном рынке, либо с нахождением новых каналов сбыта продукции.

Для того чтобы повысить свои шансы в конкурентной борьбе и стать успешным, предприятию – производителю необходимо приспособлять свою сбытовую систему, путем расширения каналов сбыта своей продукции. Из этого можно заключить, что организация и управление сбытом готовой продукции являются центральными элементами взаимодействия организации и потребителя, как субъектов экономических отношений.

Приведенные обстоятельства обусловили выбор темы ВКР «Расширение рынка сбыта на примере предприятия ООО «Хлебный Дом» и определили его цели.

Цель ВКР заключается в разработке мероприятий, направленных на расширение сбытовой политики предприятия.

В соответствии с целью, задачами ВКР являются:

- изучить сущность, понятие, функции и цели сбытовой политики;
- изучить каналы распределения продукции;
- проанализировать общее экономическое состояние ООО «Хлебный Дом»;
- выбрать способ расширения сбыта для практического применения.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является предприятие ООО «Хлебный Дом».

Предметом исследования является сбытовая политика предприятия, рассматриваемая как важный фактор повышения экономической эффективности.

При написании выпускной квалификационной работы использовались методы анализа научной литературы, публикации в прессе, маркетинговые исследования, документы, представленные исследуемой фирмой: отчет о финансовых результатах, бухгалтерский баланс.

Практическая значимость заключается в возможностях применения результатов исследования в практической деятельности предприятия.

ВКР состоит из введения, теоретической, аналитической и проектной частей, заключения, списка литературы и приложений.

В теоретической части отражены теоретические основы продвижения и сбыта продукции.

В аналитической части выпускной квалификационной работы проведен анализ финансово – хозяйственной деятельности ООО «Хлебный Дом». Проанализированы финансовые и производственные показатели деятельности предприятия, с целью характеристики предприятия.

Проектная часть посвящена разработке методов расширения рынка сбыта предприятия и обосновании эффективности проекта.

В заключение выпускной квалификационной работы проведены итоги теоретических исследований, анализа и предложенных мероприятий.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО РАСШИРЕНИЮ РЫНКА СБЫТА ООО «ХЛЕБНЫЙ ДОМ»

3.1 Описание предполагаемых мероприятий

В ходе анализа предприятия ООО «Хлебный Дом» было выявлено, что на данном предприятии используется смешанный сбыт продукции. Компания реализует свою продукцию: напрямую через свои магазины, что позволяет сохранить полный контроль над ведением торговых операций, и дает возможность лучше узнать потребителей, их предпочтения; косвенный сбыт «интенсивный» так как в процессе реализации участвует одновременно несколько посредников. На исследуемом предприятии используется несколько каналов сбыта: дистрибьютерский канал, оптовый канал и розничный канал. При реализации продукции предприятие использует разноуровневые каналы сбыта, а именно нулевой – реализация товара на прямую и одноуровневый – реализация продукции через посредника. У предприятия ООО «Хлебный Дом» широкий канал сбыта.

На исследуемом предприятии обеспечение сырьем происходит на основе договоров поставки, заключенные между ООО «Хлебный Дом» и заводами-изготовителями или предприятиями производящих сырье. Сырье поступает напрямую от производителя, либо через оптовые специализированные предприятия.

Целевая аудитория исследуемого предприятия не зависит от демографических, социальных и географических показателей, так как товар, производимый предприятием – востребованный, широко известный и употребляется ежедневно абсолютно всеми слоями населения.

На предприятии ООО «Хлебный Дом» работают три цеха по производству продукции: хлебный цех, булочный цех и кондитерский цех.

Расширение рынка сбыта подразумевает как охват новых сегментов существующего рынка, так и нахождение для выпускаемого товара новых

рынков. Предлагаемые ниже модернизации рынка сбыта ООО «Хлебный Дом» затрагивают оба случая.

Рассмотрим цех хлебный. Время работы цеха в две смены: первая смена выходит с 8:00 до 18:00, вторая смена выходит с 18:00 до 6:00. Максимальное количество продукции производимой за 2 смены – 19800 шт. То есть за час производства – 900 шт. Это связанно с тем, что большинство этапов производства хлеба происходят в ручную. Сырье для приготовления продукта хранится на складе, работник отвозит необходимое количество сырья в специализированное помещение, где находятся тестомесильные аппараты. После замешивания, тесто перевозят непосредственно в цех. После чего, в ручную, бригада расформировывает его по формам в необходимом количестве, путем взвешивания каждой формы. Данный процесс занимает достаточно большое количество времени. Далее, наполненные формы отправляются в расстоечный шкаф. Пока тесто поднимается в данном шкафу, процесс по замешиванию и распределению теста повторяется. После того, как тесто поднялось до нужного пика, формы отправляют в печи. Так как в печи очень высокая температура, большинство производственных травм происходят на данном этапе. При вытаскивании готового хлеба из форм также расходуется большое количество времени.

Время – является самым главным фактором на производстве, чем больше времени тратится на производство единицы продукции, тем меньше будет произведено её.

Исходя из этого, предлагаю внедрить автоматическую линию по производству хлеба.

Автоматическая линия для производства хлеба, так же подходит для производства булочек, батонов, багетов и гамбургеров. Такая линия способна производить изделия от 25 г. до 700 грамм с максимальной гибкостью и производительностью в 1-2-3-4-5-6 рядов.

Весь процесс полностью автоматический. Для обеспечения работы данной линии необходимо два работника. Первый рабочий загружает необходимое сырье для производства продукции в тестомесильный аппарат, который, непосредственно, находится на линии. Второй рабочий следит за исправностью работы линии, меняет формировочные валики, запускает процесс работы линии в целом. Максимальная производительность автоматической линии 6000 штук в час на 6 рядах.

Данная линия состоит:

- тестомесильный аппарат с весами;
- формировочные валики;
- расстоечный шкаф;
- печь электрическая;
- поддоны.

Для большей эффективности работы автоматической линии существует дополнительный термоусадочный упаковочный аппарат. Так как упаковка хлеба совершается только после остывания хлеба до 34 градусов, необходимо включить в линию систему охлаждения и автоматическую хлебрезательную машину.

Вышеуказанное оборудование позволит сократить время процесса приготовления продукции, минимизировать возникновение производственных травм, уменьшить затраты на содержание специализированных помещений производственного процесса. Также автоматическая лента позволит расширить ассортимент продукции.

В настоящее время выросла тенденция на здоровое питание. Практически каждый человек хочет быть здоровым и в тоже время хорошо выглядеть. Но ни для кого не секрет, что, то количество углеводов, что

содержится в одной стандартной булке хлеба весом 450 гр., дает совсем не положительный эффект для организма человека. Так как углеводы – основа для человеческой энергии, полностью убирать их из рациона нельзя. Поэтому предлагаю расширить ассортимент предприятия хлебом и хлебцами, низкосодержащими углеводы.

Для того чтобы начать производить хлебцы, необходимо приобрести специализированную линию, так как технология производства хлебцов отличается от технологии производства хлеба. Данная линия должна быть оснащена тестомесильным аппаратом с нагревом, так как для начала приготовления хлебцов необходима определенная температура теста – 29 градусов. При такой температуре происходит брожение теста. После тесто направляется в промежуточный бункер, а из него в формировочную воронку. Выходя из воронки, формируется тестовая лента. Перед выпечкой лента проходит через резальное устройство и направляется в расстоечный шкаф. Продолжительность расстойки 30-45 минут, выпечки 10-15 мин. После выпечки хлебцы попадают в сушильный шкаф до 1 ч.

Ленту для производства хлебцов можно оборудовать специальным охлаждающим конвейером, он позволит сократить время, расходуемое на охлаждение продукции перед упаковкой (до 1 часу).

Производство низкосодержащего углеводы хлеба не требует дополнительных приобретений в виде автоматических линий. Данный вид хлеба производится в тех же условиях, что и обычный хлеб. Единственное отличие – это состав продукта.

Также расширить рынок сбыта исследуемого предприятия, возможно путем открытия новых торговых точек для реализации выпускаемой продукции. На данный момент продукция ООО «Хлебный Дом» реализуется по всей Республике Хакасия и на Юге Красноярского Края.

3.2 Расчет и оценка эффективности предлагаемых мероприятий

Большая часть производства сосредоточена в хлебном цеху. Каждый день в производственный отдел поступают заявки на тысячное количество продукции. Заявка на производство прикреплена в Приложение И. Но из-за ограниченный производственных возможностей, предприятие не может реализовать все запросы потребителей.

В данный момент производственные возможности хлебного цеха – 19800 булок за один производственный цикл (за 22 часа). Поэтому внедрение автоматической линии – рациональный вариант для решения этой проблемы.

Средняя стоимость булки хлеба составляет 20,4 руб. Исходя из этого, можно посчитать среднюю выручку в день, полученную от производства хлеба, для этого необходимо количество заявленной продукции на производство за один день, умножить на среднюю стоимость булки хлеба.

$16569 \times 20,4 = 338007,6$ рублей – выручка предприятия по данным заявки на производство за 06.06.2018 год.

По такому же принципу можно рассчитать максимальную выручку, исходя из максимальной производительности цеха:

$$19800 \times 20,4 = 403020 \text{ рублей.}$$

Производительность хлебного цеха за один час составляет 900 булок хлеба, у автоматической линии данный показатель намного больше – 6000 шт.

Благодаря автоматической линии за дневную смену, длительностью 10 часов, можно произвести 60000 шт., за ночную смену, длительностью 12 часов – 72000 шт. Исходя из этих данных, можно рассчитать примерную максимальную выручку:

$$60000 \times 20,4 = 1224000 \text{ руб.};$$

$$72000 \times 20,4 = 1468800 \text{ руб.};$$

$1224000 + 1468800 = 2692800$ руб. за 22 часа работы (один производственный цикл).

Теперь сравним полученные показатели, а именно максимальную выручку исходя из производственных возможностей сейчас и максимальную выручку исходя из производственных возможностей с использованием автоматической линии:

$2692800 - 403020 = 2289780$ руб. (разница между полученными показателями).